

Bloque 0

BO_M3_Ojetivos

LO QUE APRENDERÁS EN ESTE BLOQUE

Visión global de las 3 herramientas fundamentales



Business Intelligence



Cómo acceder al BI y configurarlo



Controles iniciales para verificar funcionamiento



Qué informes extraer y dónde encontrarlos



Qué hacer ante dudas o malfuncionamiento



Inteligencia Artificial



Qué IA elegir sin volverte loco



Cómo comunicarte con la IA (metodología ROPLA)



Cómo elaborar el contexto de tu farmacia



Casos prácticos listos para usar



Objetivos Estratégicos



¿Qué quiero conseguir en 1, 3 y 5 años?



¿Cuáles son mis indicadores clave actuales?



¿Cuál es mi propuesta de valor diferencial?



¿Cómo comunico y alineo objetivos con mi equipo?



¿Tengo sistemas de seguimiento efectivos?

Cómo definir objetivos claros y medibles para tu farmacia

Convierte tu farmacia en un negocio con dirección estratégica definida



Preguntas clave que debe hacerse

📅 ¿Qué quiero conseguir con mi farmacia en 1, 3 y 5 años?

📈 ¿Cuáles son mis indicadores clave actuales? (ventas, ticket medio, margen...)

⭐ ¿Cuál es mi propuesta de valor diferencial como farmacia?

👥 ¿Cómo comunico y alineo estos objetivos con mi equipo?

🕒 ¿Tengo sistemas de seguimiento efectivos para mis metas?



Reúne datos BI relevantes

Ventas, márgenes, stock, perfil de clientes, comparativa con la red

"Mi ticket medio está 15% por debajo de la media de red"

Analiza con IA estratégicamente

Pide a la IA que te proponga mejoras con contexto y datos reales

"Dame 3 estrategias para subir mi ticket medio un 10% sin perder clientes"

Define objetivos SMART

Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, Temporales

"Aumentar el ticket medio un 8% en 6 meses"

Implementa y revisa

Establece un dashboard de seguimiento y reuniones mensuales

"KPIs actualizados y revisión de desviaciones"



Los 3 grandes objetivos estratégicos

↗ Aumentar las ventas

Implica: Atraer más clientes o aumentar el ticket medio

KPIs BI: N° de clientes, ticket medio, ventas por categoría

Acción: Optimizar surtido, campañas y consejo en mostrador

% Mejorar el margen

Implica: Vender más caro o comprar mejor

KPIs BI: Margen bruto, precios medios, descuentos por laboratorio

Acción: Gestión de compras y negociación con laboratorios

↗ Incrementar la rentabilidad (ROI)

Implica: Maximizar el retorno de la inversión

KPIs BI: Beneficio neto / inversión total

Acción: Control de costes fijos, eficiencia del equipo, stock equilibrado

Los tres objetivos están conectados: vender más, con mejor margen y menor coste es lo que genera una farmacia rentable y sostenible

Cómo definir objetivos claros y medibles para tu farmacia

Convierte tu farmacia en un negocio con dirección estratégica definida



Planificación estratégica

Ventas	Meta	Resultados mensuales												Total
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Ratio expansión ventas	20	10												35
ticket medio	12	10												28
Probando dejar una nota más extensa.	40%	40%												2%
Año anterior	15													
% respecto Año Anterior	-15%	-15%												
Ventas	Meta	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
Ventas totales	63.500 €	58.000 €	45.000 €	65.000 €	59.000 €	47.000 €	42.000 €	28.000 €	69.000 €	76.000 €	49.000 €	62.000 €	665.500 €	
Resultado Actual	67.000 €	55.000 €	49.000 €	61.000 €	71.000 €	44.000 €	42.000 €	35.000 €	6.500 €	79.000 €	45.000 €	65.000 €	620.500 €	
% Objetivo	6%	5%	5%	5%	20%	4%	25%	1%	1%	1%	1%	5%	4%	

Objetivos basados en datos

Preguntas clave que debe hacerse

- 📅 ¿Qué quiero conseguir con mi farmacia en 1, 3 y 5 años?
- 📝 ¿Cuáles son mis indicadores clave actuales? (ventas, ticket medio, margen...)
- ⭐ ¿Cuál es mi propuesta de valor diferencial como farmacia?
- 👤 ¿Cómo comunico y alineo estos objetivos con mi equipo?
- 🕒 ¿Tengo sistemas de seguimiento efectivos para mis metas?

Cómo establecer objetivos

Reúne datos BI relevantes

Ventas, márgenes, stock, perfil de clientes, comparativa con la red

"Mi ticket medio está 15% por debajo de la media de red"

byb6077@gmail.com

Analiza con IA estratégicamente

Pide a la IA que te proponga mejoras con contexto y datos reales

"Dame 3 estrategias para subir mi ticket medio un 10% sin perder clientes"

Define objetivos SMART

Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, Temporales

"Aumentar el ticket medio un 8% en 6 meses"

Implementa y revisa

Establece un dashboard de seguimiento y reuniones mensuales

"KPIs actualizados y revisión de desviaciones"



Alineación del equipo

Los 3 grandes objetivos estratégicos

Aumentar las ventas

Implica: Atraer más clientes o aumentar el ticket medio

KPIs BI: N° de clientes, ticket medio, ventas por categoría

Acción: Optimizar surtido, campañas y consejo en mostrador

Mejorar el margen

Implica: Vender más caro o comprar mejor

KPIs BI: Margen bruto, precios medios, descuentos por laboratorio

Acción: Gestión de compras y negociación con laboratorios

Incrementar la rentabilidad (ROI)

Implica: Maximizar el retorno de la inversión

KPIs BI: Beneficio neto / inversión total

Acción: Control de costes fijos, eficiencia del equipo, stock equilibrado

Test de Objetivos (Parte 1): ¿Cuáles son prioritarios para tu farmacia?

Marca objetivos relevantes y priorízalos (1-5) según importancia · = relevante · = prioridad

1. VENTAS Y CRECIMIENTO

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Aumentar ventas totales | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Incrementar ticket medio | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Mejorar mix de productos | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Aumentar frecuencia de compra | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Captar nuevos clientes | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Incrementar venta cruzada | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |

2. MARGEN Y RENTABILIDAD

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Mejorar margen bruto | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Optimizar margen por categoría | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Aumentar ROI | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Reducir costes operativos | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Mejorar rentabilidad por m ² | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Optimizar precio de venta | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |

3. CLIENTES Y FIDELIZACIÓN

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Aumentar clientes activos | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Mejorar tasa de fidelización | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Incrementar recurrencia de compra | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Reducir tasa de abandono | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Mejorar satisfacción del cliente | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |
| <input type="checkbox"/> Aumentar valor de vida del cliente | Prioridad: <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> <input type="star"/> |

Test de Objetivos (Parte 2): ¿Cuáles son prioritarios para tu farmacia?

Marca objetivos relevantes y priorízalos (1-5) según importancia · = relevante · = prioridad

4. OPERATIVA Y EFICIENCIA

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Optimizar gestión de stock | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Reducir roturas de stock | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Mejorar rotación de productos | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Reducir productos obsoletos | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Optimizar espacio de venta | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Mejorar eficiencia operativa | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |

5. EQUIPO Y FORMACIÓN

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Mejorar formación del equipo | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Aumentar ventas por empleado | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Reducir variabilidad entre empleados | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Mejorar motivación del equipo | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Optimizar distribución de tareas | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Desarrollar especialización por áreas | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |

6. MARKETING Y COMUNICACIÓN

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> Mejorar eficacia de campañas | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Aumentar impacto promocional | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Optimizar comunicación con clientes | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Incrementar presencia digital | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Mejorar posicionamiento local | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="radio"/> Aumentar recomendaciones y prescripciones | Prioridad: <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> |